

Um
mundo de
oportunidades

Volume 12
Origem: animal

AGRO INSIGHT



Institucional

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Presidente da República

CARLOS HENRIQUE BAQUETA FÁVARO

Ministro de Estado da Agricultura e Pecuária

IRAJÁ REZENDE DE LACERDA

Secretário-Executivo do Ministério da Agricultura e Pecuária

GUILHERME CAMPOS JÚNIOR

Secretário de Política Agrícola do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS GOULART

Secretário de Defesa Agropecuária do Ministério da Agricultura e Pecuária

LUIS RUA

Secretário de Comércio e Relações Internacionais do Ministério da Agricultura e Pecuária

MARCELO NARVAES FIADEIRO

Secretário de Inovação, Desenvolvimento Sustentável, Irrigação e Cooperativismo do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS ERNESTO AUGUSTIN

Assessor Especial do Gabinete do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLA MADEIRA GONÇALVES SIMÕES DOS REIS

Chefe de Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério da Agricultura e Pecuária

Elaboração, distribuição, informações:

Ministério da Agricultura e Pecuária

Secretaria de Comércio e Relações Internacionais

Departamento de Promoção Comercial e Investimentos - DPR

Coordenação-Geral de Gestão dos Adidos Agrícolas

Endereço: Esplanada dos Ministérios, Bloco D - 3º andar, Sala 300

CEP: 70043-900 Brasília - DF

Tel.: (61) 3218-2821 e-mail: divulgacao.scri@agro.gov.br

Editorial:

Priscilla Burmann

João Huguenin

Coordenação:

Luís Rua

Marcel Moreira

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Jennifer Santos Costa

Jennya Silva Brito

Equipe técnica:

Carlos Vitor Muller

Eduardo Sampaio Marques

José Guilherme Tollstadius Leal

Adriano Perrelli Pestana de Castro

Luciana Pich Gomes

Andrea Claudia Parrilla

Daniela de Moraes Aviani

Silvio Luiz Rodrigues Testaseca

Glauco Bertoldo

Nilton Antônio de Moraes

Paulo Márcio Mendonça de Araújo

Rodrigo do Espírito Santo Padovani

Leandro Diamantino Feijó

Jean Felipe Celestino Gouhie

Clóvis Augusto Versalli Serafini

Ricardo Zanatta Machado

Priscila Rech Pinto Moser

Rafael Mohana de Carvalho Refosco

Vanessa Medeiros de Jesus

Ana Lúcia de Paula Viana

Fabiana Villa Alves

Virgínia Arantes Ferreira Carpi

Ângelo de Queiroz Maurício

Bruno Cavalheiro Breitenbach

Marlos Schuck Vicenzi

Fernanda Vanessa Mascarenhas

Magalhães

Marco Aurélio Pavarino

Dalci de Jesus Bagolin

Ellen Elizabeth Laurindo

Adriane Reis Cruvinel

Frederique Rosa e Abreu

Warley Efreim Campos

Márcio Rezende Evaristo Carlos

Marco Túlio Santiago

Luiz Cláudio de Santana e Caruso

Rafael D'Aquino Mafra

Ana Carolina Miranda Lamy

Diego Leonardo Rodrigues

Juliano Vieira

Permitida a reprodução sem fins lucrativos, parcial ou total, por qualquer meio, se citada a fonte e o sítio da Internet onde pode ser encontrado o original (www.gov.br/agricultura).

Catálogo na Fonte

Biblioteca Nacional de Agricultura – BINAGRI

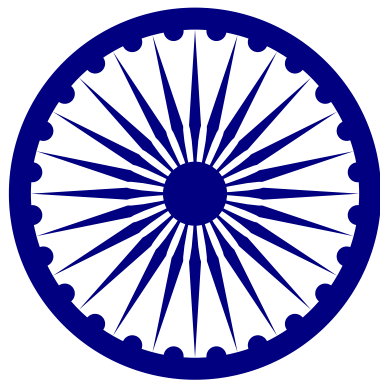
Resumo

O AgrolInsight nasce do compromisso do Ministério da Agricultura e Pecuária com o fortalecimento da presença do agronegócio brasileiro no mercado internacional.

Desenvolvido pela Secretaria de Comércio e Relações Internacionais (SCRI), com apoio dos adidos agrícolas presentes em 38 países, o material reúne análises estratégicas e oportunidades de negócios para produtores, exportadores e associações setoriais que buscam crescer de forma competitiva e sustentável.

Com base nas diretrizes do ministro Carlos Fávaro e sob a liderança do secretário Luis Rua, o AgrolInsight é resultado do esforço de uma equipe dedicada que acredita no potencial do Brasil como potência agroexportadora.

Este relatório é mais do que um compilado de dados — é uma ponte entre o agro brasileiro e o mundo.



COUROS E PELES NO MERCADO INDIANO

Data: 12/12/2025

Posto: Nova Delhi / Índia-Butão

Palavras-chave: Índia. Couros. Peles. Indústria. Vestuário. Calçados.

Responsável: Ângelo de Queiroz Mauricio

SUMÁRIO:

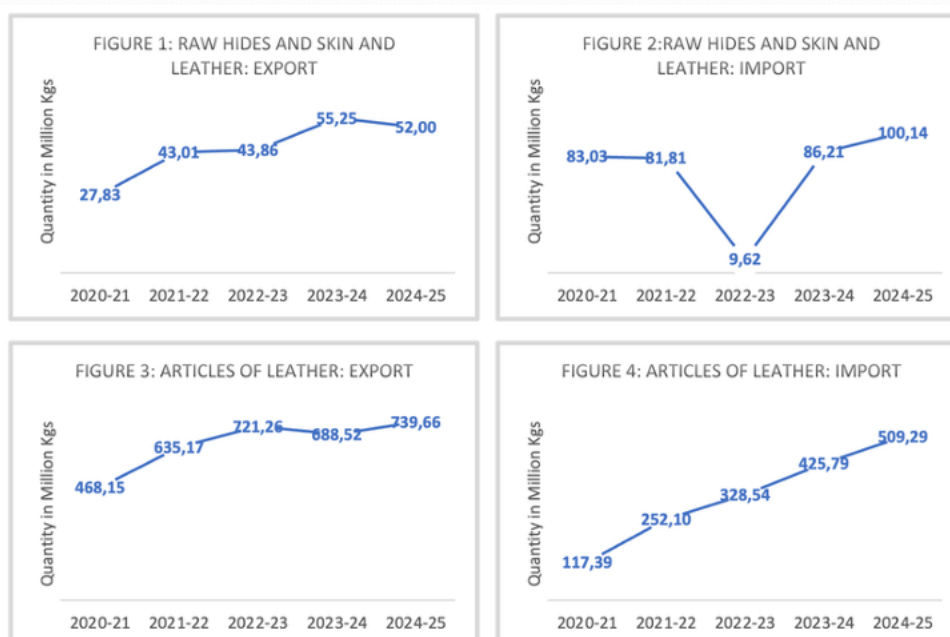
Este AgrolInsight apresenta uma visão geral da estrutura do comércio de couros na Índia, destacando as inter-relações entre a importação de peles in natura e a exportação de artefatos de couro pelo país. O documento traz as tendências mais recentes do comércio bilateral com o Brasil, a estrutura de tarifas aplicáveis e o perfil de importações da Índia nos principais códigos HS. A análise busca oferecer uma compreensão clara da dinâmica do mercado e das oportunidades emergentes dentro do segmento.

A indústria de couro da Índia mantém, em 2025, um papel estratégico no comércio global, impulsionada por um dos maiores complexos manufatureiros do mundo voltados para calçados, artefatos de couro, vestuário e acessórios de moda. O setor emprega milhões de pessoas, integra importantes polos industriais em estados como Tamil Nadu, Uttar Pradesh, Haryana e Bengala Ocidental, e segue firmemente alinhado às demandas internacionais por qualidade, rastreabilidade e sustentabilidade. Ao mesmo tempo, enfrenta desafios estruturais — sobretudo a insuficiência de oferta doméstica de peles e couros em estágio inicial — que reforçam sua crescente dependência de matérias-primas importadas para abastecer curtumes e fábricas.

Nesse cenário, compreender como a Índia integra insumos externos à sua cadeia produtiva tornou-se essencial para analisar sua competitividade e seu posicionamento global. A dinâmica entre a necessidade de importação de peles in natura e as fortes exportações de produtos de maior valor agregado — como calçados, artefatos e acessórios — compõe um dos elementos centrais da estratégia industrial indiana. Essa interdependência revela um setor que importa volume e exporta valor, utilizando matérias-primas estrangeiras para sustentar sua presença em mercados como União Europeia, Estados Unidos, Oriente Médio e Sudeste Asiático.

A estrutura atual do comércio indiano de couro reflete, portanto, uma combinação de capacidade industrial instalada, ampla base de mão de obra qualificada, forte orientação exportadora e um modelo produtivo cada vez mais dependente de insumos externos. Nesse contexto, o aprofundamento das inter-relações entre a importação de peles brutas e a robusta performance das exportações de produtos acabados é um ponto-chave tanto para formuladores de políticas quanto para parceiros comerciais — incluindo o Brasil, fornecedor potencial de matérias-primas capazes de atender à demanda crescente do mercado indiano em 2025.

O comércio de couros na Índia - Dados de Exportação e Importação



A Índia vem importando volumes cada vez maiores de peles e couros em estado bruto (Capítulo 41 do Código tarifário indiano: Raw Hides and Skin & Leather) para sustentar o crescimento contínuo de suas exportações de produtos de couro de maior valor agregado (Capítulo 42: Articles of Leather; Saddlery and Harness; Travel Goods, Handbags, Containers, entre outros). O setor de couro indiano revela uma interdependência evidente entre esses dois movimentos: importa matéria-prima básica e exporta artigos acabados de alto valor.

De modo geral, a tendência mostra uma estrutura de cadeia produtiva em que a Índia depende de insumos importados para abastecer sua indústria, ao mesmo tempo em que se consolida como grande exportadora de produtos de couro. As importações do Capítulo 41 do Código tarifário indiano entram no país com tarifas relativamente baixas, entre 5% e 16%, enquanto o Capítulo 42 enfrenta alíquotas muito mais elevadas, de 30% a 40% — um desenho tarifário que protege a fabricação doméstica, incentiva o processamento local e fortalece a competitividade exportadora.

Apesar disso, as importações tanto de matéria-prima quanto de artigos prontos continuam crescendo, mesmo sob esse regime tarifário. Esse avanço simultâneo reflete um mercado interno aquecido, com alta demanda por produtos de couro, e confirma o dinamismo de um setor que combina forte vocação exportadora com um consumo doméstico em expansão.

No âmbito do subcontinente, embora Bangladesh e Paquistão sejam fornecedores tradicionais de couro no mercado global, ambos enfrentam desafios de competitividade e conformidade com padrões internacionais, que podem limitar suas exportações. Cabe igualmente observar a conjuntura envolvendo a Turquia, país de crescente relevância no comércio internacional e que, nos últimos anos, consolidou-se como importante fornecedor para o mercado indiano. Considerando que as dinâmicas geopolíticas entre Índia e Turquia podem influenciar fluxos comerciais, esse cenário pode abrir espaços adicionais para a competitividade e a presença de exportadores brasileiros.

Tabela 1: Valor das Importações da Índia do Brasil e das Exportações da Índia para o Brasil - em Milhões de USD.

Período	Cap. 41 ² Importação do Brasil	Cap. 41 Exportação para o Brasil	Cap. 42 ³ Importação do Brasil	Cap. 42 Exportação para o Brasil
2020-21	16,67	0,23	0	1,71
2021-22	10,5	0,84	0,05	3,93
2022-23	11,62	0,56	0,04	4,45
2023-24	8,13	0,16	0,08	6,19
2024-25	9,5	0,36	0,04	5,91

O comércio bilateral de couro entre Índia e Brasil reflete o padrão mais amplo do setor. A Índia importa do Brasil volumes significativamente maiores de peles e couros em estado bruto do que exporta, evidenciando sua dependência de matéria-prima importada. As exportações indianas de peles brutas para o Brasil permanecem mínimas. Já as importações indianas de produtos acabados de couro provenientes do Brasil são praticamente inexistentes.

Por outro lado, as exportações indianas de artigos de couro acabados para o Brasil vêm crescendo de forma consistente, passando de USD 1,7 milhão para quase USD 5,9 milhões em cinco anos.

Tabela 2: Principais Produtos de Interesse do Capítulo 41: Estrutura Tarifária e Perfil de Importações da Índia (2024–25)

Produto e Política	BCD (Direito Básico de Importação)	TD (Direito Total)	Exportações do Brasil para a Índia (2024-25) ⁴	Total Importado pela Índia (2024-25) ⁵
41041100, 41041900: Couros ou peles curtidas/crust de bovinos ou equinos em “Wet blue leather” (livre)	Isento	5%	US\$ 7,43 milhões & 5.911.861 kg	US\$ 72,86 milhões & 29.687.327 kg. TURQUIA, BRASIL, EUA, ITÁLIA, AUSTRÁLIA são os 5 maiores exportadores para o código 41041100. BRASIL, BANGLADESH, NEPAL, ARGENTINA e TURQUIA são os 5 maiores exportadores para o código 41041900
41044100, 41044900: Couros ou peles curtidas/crust de bovinos ou	10%	16,50%	US\$ 0,55 milhão & 111.216 kg	US\$ 77,59 milhões & 5.685.807 kg

Capítulo 41: Peles e Couros em Estado Bruto

[1] Capítulo 42: Artigos de Couro; Arreios e Selaria; Artigos de Viagem, Bolsas, Malas e outros artefatos de couro

[1] Fonte: [Trade Statistics: Ministry of Commerce and Industry](#).

[1] Fronte: [Trade Statistics: Ministry of Commerce and Industry](#).

equinos em estado seco (livre)				ARGENTINA, TURQUIA, TAILÂNDIA, EGITO e BRASIL são os 5 maiores exportadores para o código 41044100 EGITO, BANGLADESH, ITÁLIA, CHINA e TURQUIA são os 5 maiores para o código 41044900, com o BRASIL em 12º lugar
41051000: Couro ou pele curtida/crust de carneiro ou cordeiro em estado úmido (livre)	Isento	5%	US\$ 0,17 milhão & 136.967 kg	US\$ 42,16 milhões & 12.258.814 Kg CHINA, NIGÉRIA, EAU, ARÁBIA SAUDITA e IRAQUE são os 5 maiores exportadores
41053000: Couro ou pele curtida/crust de carneiro ou cordeiro em estado seco (livre)	10%	16,50%	Isento	US\$ 1,34 milhão & 68.281 kg CHINA, NIGÉRIA, ITÁLIA, EGITO e INDONÉSIA são os 5 maiores exportadores
41062100, 41063100, 41069100: Couros ou peles curtidas/crust de outros animais (cabra, suíno e outros) em estado úmido (livre)	Isento	5%	Isento	US\$ 2,97 milhões & 1.360.577 kg NIGÉRIA, QUÊNIA, CHINA, IRAQUE e NEPAL são os 5 maiores exportadores para o código 41062100 e QUÊNIA & AUSTRÁLIA são os dois principais exportadores para o código 41069100
41062200, 41063200, 41069200: Couros ou peles curtidas/crust de outros animais (cabra, suíno e outros) em estado seco (livre)	10%	16,50%	Isento	US\$ 0,18 milhão & 11.642 kg BANGLADESH, ETIÓPIA e INDONÉSIA são os 3 maiores para o código 41062200, e TURQUIA é o principal para o código 41069200

4107: Couro acabado após curtimento ou crust, incluindo couro “parchment”, de bovinos (incluindo búfalo) ou equinos (livre)	10%	15,61%	US\$ 1,33 milhão & 116.839 kg	US\$ 180,24 milhões & 20.540.480 kg ITÁLIA, TAILÂNDIA, VIETNÃ, CHINA e ESPANHA são os 5 maiores exportadores, e o BRASIL está em 19º lugar
---	-----	--------	-------------------------------	---

É importante destacar que a Índia é um comprador constante e crescente de peles em estado bruto, o que a torna um mercado estável de longo prazo para os insumos de couro do Brasil. A dependência estrutural indiana de matéria-prima importada garante uma demanda contínua em um segmento no qual o Brasil já é naturalmente competitivo.

Ao mesmo tempo, a presença brasileira no mercado indiano de artigos de couro acabados — que passa por rápida expansão — ainda é mínima, configurando uma oportunidade de negócios amplamente inexplorada. O padrão comercial complementar, no qual o Brasil fornece peles brutas e a Índia exporta produtos finais, reduz a sobreposição competitiva e favorece uma integração setorial mais profunda entre os dois países.

Com o crescimento do consumo interno de couro na Índia e a ampliação de sua capacidade industrial voltada tanto ao mercado doméstico quanto às exportações, o Brasil pode, de forma estratégica, expandir tanto o volume quanto a variedade de seus produtos, fortalecendo sua posição nesse mercado em evolução.

Possibilidades e oportunidades

O mercado indiano de maneira geral, e mais especificamente o mercado de moda indiano, vem passando por um processo acelerado de **premiumização**, impulsionado pela expansão da classe média urbana, pelo aumento do poder de compra em cidades Tier 1 e Tier 2, pela forte influência de Bollywood e celebridades digitais e pelo crescimento do turismo internacional e da cultura de luxo aspiracional. O consumo aspiracional indiano cresce mais rápido que a capacidade local de suprir couros especiais.

Os segmentos de moda e acessórios premium na Índia demonstram, portanto, uma demanda crescente por materiais de couro de maior sofisticação, especialmente aqueles com acabamentos diferenciados — como anilina, nobuck, floater e texturas metálicas — amplamente utilizados por marcas indianas e internacionais instaladas no país. Embora o couro de búfalo seja amplamente empregado pela indústria local devido à sua resistência, versatilidade e grande disponibilidade no mercado indiano, os produtos posicionados como premium tendem a incorporar couros de maior qualidade ou acabamentos especiais que agregam refinamento estético, conforto e valor percebido pelo consumidor. Essa busca por materiais superiores reflete o avanço do consumo aspiracional urbano na Índia e o crescimento consistente do mercado de moda e lifestyle, impulsionado por um público cada vez mais atento a design, qualidade e diferenciação.

Neste contexto, embora o Capítulo 42 tenha tarifas elevadas (30–40%), há nichos onde o Brasil pode se inserir com a exportação de produtos acabados de couro de maior valor agregado devido à imagem de boa qualidade e design:

- São segmentos considerados promissores:
-
- calçados premium de couro (especialmente masculinos; forte demanda urbana. O mercado de calçados na Índia é um dos maiores e de mais rápido crescimento no mundo);
- bolsas femininas artesanais (mercado em rápida expansão, onde o consumidor urbano busca design diferenciado, autenticidade e narrativa cultural, o que favorece bolsas de couro com apelo artesanal. Além disso, a Índia tem tradição em trabalho artesanal em couro como pro exemplo em Kanpur e Kolkata, que tem sido adaptado ao mercado premium)
- pequenos artigos de couro com design diferenciado tais como cases, porta-cartões, pulseiras, chaveiros (marcas desi e designers locais vêm explorando nichos de produtos com forte apelo visual e diferencial de marca. Plataformas de e-commerce dedicam categorias específicas para essas ofertas).
-
- Considerando o panorama geral de exportações e importações acima descrito, identifica-se uma excelente oportunidade no segmento de couro acabado após curtimento ou crust, incluindo couro “parchment”, de bovinos (inclusive búfalos) ou equinos (código HS 4107). Trata-se de um mercado estimado em cerca de USD 180 milhões, cuja tarifa básica de importação é relativamente baixa (10%), no qual o Brasil ocupa atualmente apenas a 19ª posição entre os fornecedores da Índia.
- Outra oportunidade relevante está no segmento de couro ou pele curtida/crust de carneiro ou cordeiro em estado úmido (HS 4105100). Este nicho movimenta aproximadamente USD 42 milhões, conta com isenção tarifária e uma carga tributária total de importação de apenas 5%, mas ainda registra participação brasileira muito limitada no mercado indiano.
-
- Podem ainda ser exploradas parcerias industriais India–Brazil para co-manufatura, na medida em que a Índia busca consolidar-se como centro global de manufatura de artigos de couro e apresenta forte crescimento industrial como por exemplo no setor de calçados). O Brasil, por sua vez, possui qualidade de matéria-prima e know-how. Neste contexto são modelos possíveis de negócios:
-
- Joint ventures com curtumes indianos;
- Montagem final na Índia para evitar tarifas mais altas;
- Fornecimento de couro semiacabado + desenvolvimento conjunto de produtos;
- Produção de private label para grandes redes indianas.